



Wie kommen junge Unternehmen effektiver an Aufträge?

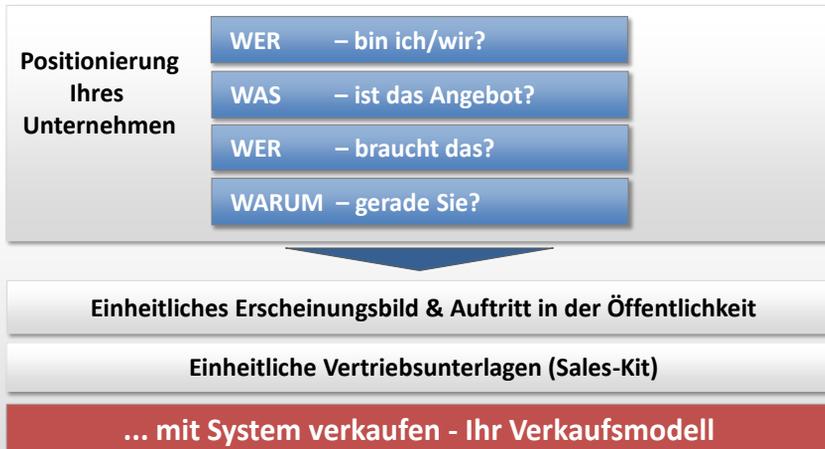
Peter Brandl Beratung | Training | Coaching
Juni 2013 - IGZ Bamberg GmbH

SALES.CONSULT
... mit System besser verkaufen

Verkaufen mit System

- 1 Die Voraussetzungen zum Verkaufen
- 2 ... mit System besser verkaufen
- 3 Werkzeuge und Tipps

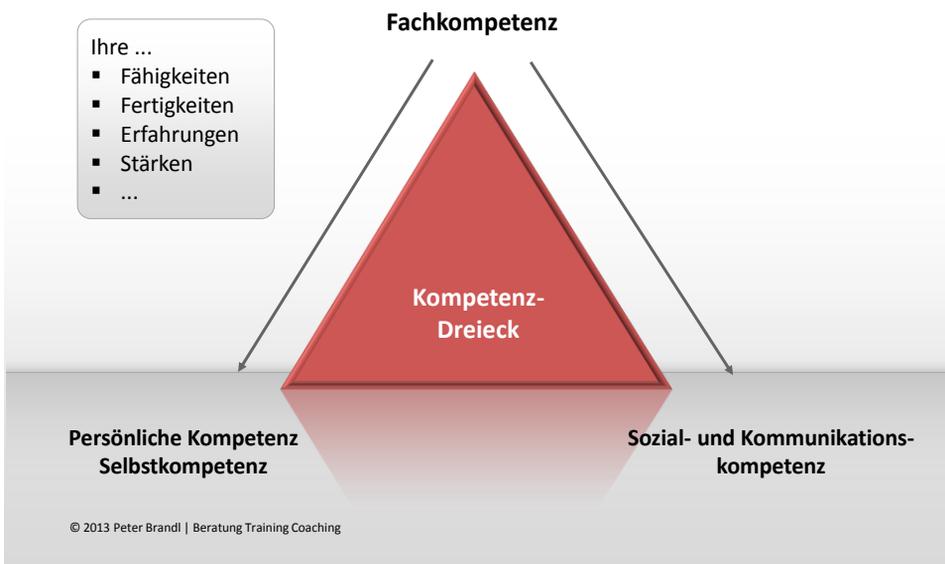
Voraussetzung zum Verkaufen



© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

4

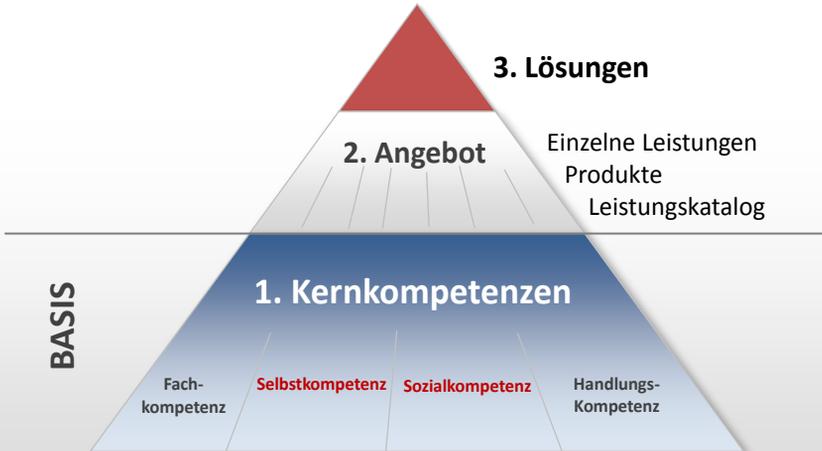
1. WER bin ich/wir – Kompetenzen



© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

2. WAS – biete ich/wir an?

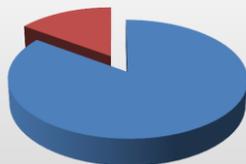
Ihre Kompetenzen als Basis für Ihr Angebot



© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

3. WER – braucht das überhaupt?

Ihre Zielkunden



© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

7

4. WARUM – gerade von mir/uns

Was hat mein Kunde davon, wenn er bei mir etwas kauft?



... Vorteile, Nutzen, Mehr-Wert, ...?

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

8

Die Positionierung Ihres Unternehmens



© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching



Was ist eigentlich Verkaufen?

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

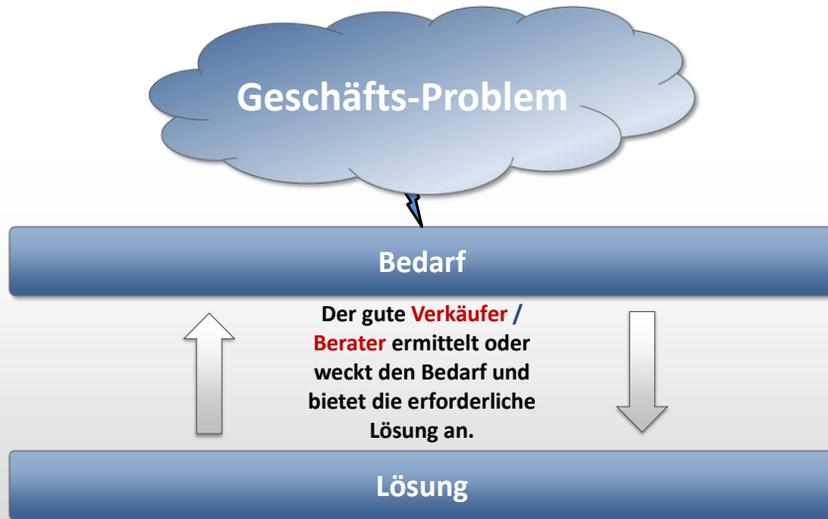
10

Kiosk – Verkäufer



© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

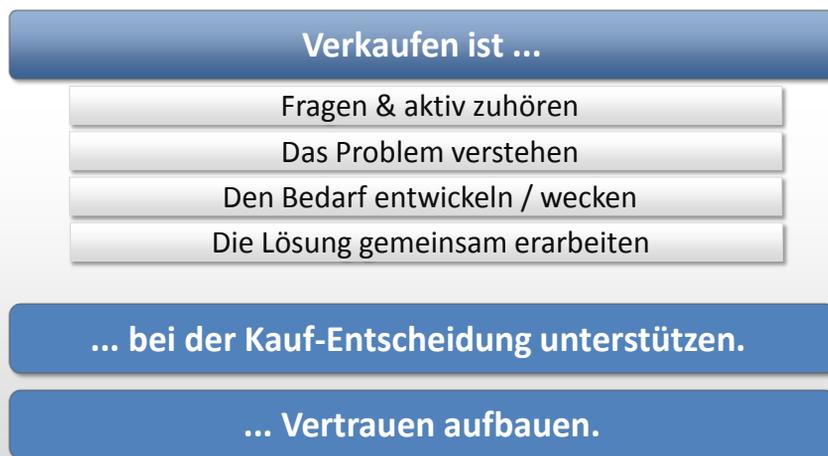
Was ist Verkaufen?



© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

12

Was ist Verkaufen?



© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

13

Studie: Erfolgsfaktoren B2B-Selling

Anforderungen an die Verkäufer

		Gründer	
Fachkompetenz	77%	✓✓✓	Voraussetzung
Professionalität	34%	✓(✓✓)	erlernbar
Kommunikative Fähigkeiten	32%	✓(✓✓)	erlernbar
Beratungskompetenz	27%	✓(✓✓)	erlernbar
Verständnis f. Geschäft	27%	✓(✓✓)	erlernbar

Studie 2012: infoteam, F.A.Z.-INSTITUTE

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

14

Studie: Erfolgsfaktoren B2B-Selling

Gründe für den Wechsel des Anbieters

Der neue Anbieter hatte attraktiveren Preis	71%
Der neue Anbieter hatte bessere Lösung	61%
Der alte Anbieter war nicht zufriedenstellend	58%
Der alte Anbieter hatte die Preise erhöht	41%
Der neue Anbieter war engagierter u. aktiver	40%

Fazit:

- Kunden sind preissensibel
 - Kundentreue ist hoch
- Neukundengewinnung ist keine leichte Aufgabe

Studie 2012: infoteam, F.A.Z.-INSTITUTE

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

15

Systematisches Verkaufen ... mit System besser Verkaufen

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

16

Warum einen Verkaufsprozess?

Einige Gründer sind ...

- kommunikativ
- personenorientiert
- teamorientiert
- und Experten

→ und auch gute Verkäufer

Die Mehrheit der Gründer sind

- Experten
- sachorientiert
- ...

→ Super Experten



© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

17

Ein klassischer Verkaufsablauf



... mit System besser verkaufen

Ein einfaches Verkaufsmodell



Entscheidungen und Emotionen

Die Experten sagen ...

Sachebene

Fakten sind wichtig –
aber Fakten ohne Emotionen
wirken nicht.

Emotionen treiben die
Entscheidungen

Beziehungsebene - Emotionen

70% aller Entscheidungen sind
emotional begründet, ...

„Je mehr Emotionen angesprochen werden, desto eher fällt die
Kaufentscheidung zu Gunsten eines Produktes.“

„Brain View – Warum Kunden kaufen“, Hans-Georg Häusel

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

21

Gesprächsführung - Struktur



<p>Einleitung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Begrüßen, Small Talk • pers. Kurzvorstellungen • Thema und Erwartungen abfragen,  • Ziele und Ablauf des Gespräches klären
<p>Bedarfsanalyse </p> <p>Lösungsentwicklung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Situation bestimmen, • versteckte Probleme ermitteln, • Auswirkungen auf Geschäft erfragen • Bedarf ermitteln / wecken • Lösungsansätze entwickeln, Nutzen aufzeigen • Einwände aufdecken und behandeln
<p>Abschluss</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenfassen 1., 2., 3. • Nächste Schritte festlegen • Verbindlichkeit schaffen • Verabschiedung

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

22

Bedarfsanalyse



Vorbereitung Verkaufsgespräch

**Ermittle die Geschäftsprobleme und Sorgen des Kunden,
nicht die technischen Probleme.**

Die typischen Probleme	Die möglichen Lösungen
	

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

Kundennutzen

Was verstehen Sie unter Kundennutzen?



„ ... denn nur vom
Nutzen wird die Welt
regiert.“

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

24

Argumentation: Kundennutzen

Die M-V-N-Methode

Merkmale	Vorteil	Nutzen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gewicht: 1,35 kg ▪ Abmessungen ▪ Kapazität: 200 Mbyte ▪ Option: Standheizung ▪ ... ▪ Öffnungszeiten ▪ Lieferzeit ▪ Dauer ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ temperaturbeständiger ▪ kürzere Lieferzeit ▪ schneller ▪ ... ▪ Längere Öffnungszeiten ▪ schnellere Bearbeitung ▪ besserer Verbrauch ▪ einfachere Bedienung ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbrauchersparnis ▪ Kostenreduzierung ▪ Umsatzsteigerung ▪ Zeitersparnis ▪ ... ▪ Sicherheit ▪ Freude ▪ Spaß ▪ ...

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

Argumentation: Nutzenarten

Kaufmännischer Nutzen	Emotionaler Nutzen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reduzierung Kosten ▪ Einsparung Zeit ▪ Reduzierung Verbrauch .. ▪ Steigerung Umsatz / Gewinn ▪ ▪ Sicherheit  	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Freude, Spaß ▪ Wohlfühlen ▪ Freizeit – Reisen, Familie, ... ▪ ... ▪ Sicherheit 

Fazit

Der Nutzen zeigt, wie der konkrete Bedarf erfüllt wird.
Aber, **Nutzenargumente** sind immer **individuell**.

© 2013 Peter Brandl | Beratung Training Coaching

Argumentation: Beispiel

Beispiel: Xenonlicht

Der Autoverkäufer sagt:

„Das Auto kann auch mit Xenonlicht ausgestattet werden.!?“

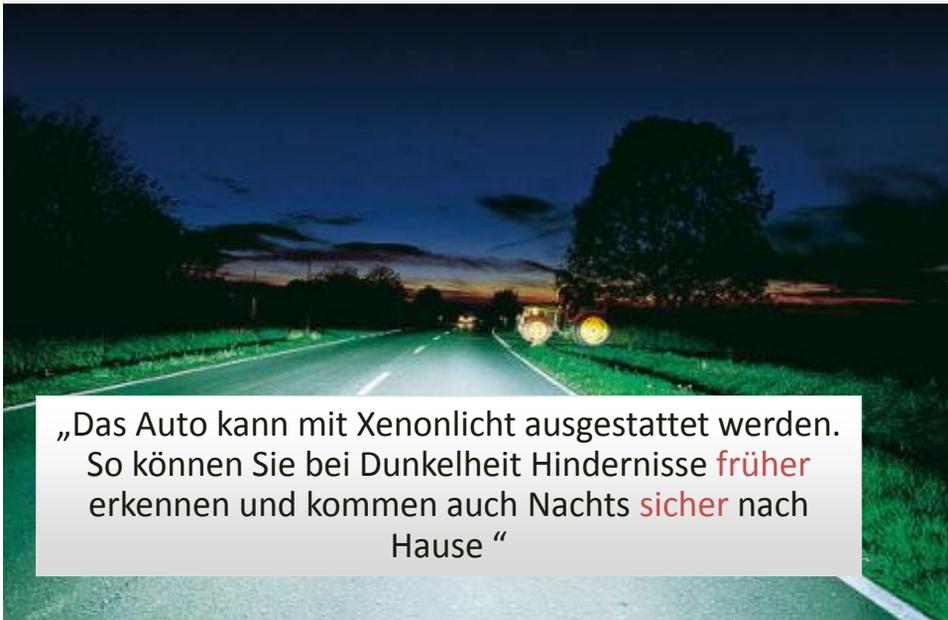


Argumentation: Beispiel Xenonlicht

„Das Auto kann mit Xenonlicht ausgestattet werden. Das hat für Sie den **Vorteil**, dass Sie bei Dunkelheit Hindernisse früher erkennen können“



Argumentation: Beispiel Xenonlicht



Der Endspurt - die Abschlussphase



Der Endspurt - die Abschlussphase

Der Kaufabschluss



Erkennen die Signale

- Interesse für weitere Fakten, Details
- Zustimmende Gesten
- Sprechen über die Zukunft

Unterstütze bei der **Kauf-Entscheidung!**

Begrenze das **Kauf-Risiko!**

Bestätige die richtige **Kauf-Entscheidung!**

Der Kunde entscheidet und bestimmt den Kauf-Zeitpunkt.

31

Danke für Ihre Aufmerksamkeit



Ankündigung Gründerseminar

Gründerseminar:	„Verkaufen, aber richtig“
Veranstalter:	IHK-Akademie München, Orleanstrasse
Datum:	18. September 2013
Anmeldung:	IHK-Akademie

info@brandl-consult.de

Peter Brandl unterstützt Unternehmensgründer und Jungunternehmer bei der Entwicklung und Umsetzung ihres Geschäftsmodells. Er ist darauf spezialisiert, ein marktgerechtes Leistungsangebot für klar definierte Zielgruppen zu entwickeln. Er gibt dabei aktive Hilfe, um die entwickelten Markt- und Vertriebsstrategien praktisch umzusetzen.

Als akkreditierter Gründungscoach (KfW, IHK) kann das im Rahmen der geförderten Coaching-Programme erfolgen. So können Sie schneller erste Kunden gewinnen.

Als freiberuflicher Berater und Business-Coach arbeitet er mit der IHK, dem Münchner Businessplan Wettbewerb (evobis GmbH) und StartUp München als Gründungsberater und Gründungs-Coach zusammen. Als Trainer unterrichtet er bei der IHK-Akademie, der Hanns-Seidel-Stiftung und in verschiedenen Gründerzentren Themen rund um Management, Vertrieb und Kommunikation.

Als LIFO®-Analyst und Business-Coach unterstützt er seine Klienten dabei, die eigenen Stärken besser zu erkennen, weiter zu entwickeln und zielgerichtet einzusetzen.

Als Teilhaber bei einem Softwareunternehmen unterstützt er in der Geschäftsleitung aktiv beim Verkaufen und Aufbau marktgerechter Vertriebskanäle.

SALES.CONSULT
... mit System besser verkaufen

Peter Brandl
Berater | Trainer | Coach

Kontaktinfo

fon +49 89 996099-53
mobile +49 175 2612464
E-Mail info@brandl-consult.de
Web: www.brandl-consult.de

Berater-ID KfW: 18328